

Digital Marketing

Corso di formazione finalizzato all'acquisizione delle competenze del digital marketing specialist, attraverso l'utilizzo di **strumenti digitali** e **prove pratiche**.

L'obiettivo del corso è quello di imparare a costruire una **campagna di marketing** digitale, apprendendo gli strumenti utili per rimanere costantemente aggiornati e crescere in un mondo in rapida evoluzione

LE PROFESSIONI NEL SETTORE MARKETING & COMUNICAZIONE

Quando si parla di Marketing sono vari i ruoli e le specializzazioni che si interfacciano tra di loro. Qual è quello più vicino alle nostre skill? Dal digital manager al social media manager scopriamo chi sono e cosa fanno: Digital Content Manager, o Web Editor; Social Media Manager; Community Manager; Digital PR; Web Analyst; Seo Specialist; E-Commerce Manager; Data Scientist.

MARKETING PLANNING

Scopriremo insieme gli strumenti e le logiche dietro ad una pianificazione iniziando a costruire insieme un piano marketing. Cos'è un piano editoriale e come si compone; Come analizzare un brand ed il cliente; Quali sono gli obiettivi a breve e lungo termine; Identificare il mercato ed il bacino d'utenza; Le parole chiave da utilizzare; Come creare i contenuti e quando pubblicarli; Monitorare l'andamento; Come scegliere i social media più adatti.

CREATIVITÀ

Non basta pianificare, la pianificazione senza la creatività non serve a nulla e per renderla vincente ci sono strumenti che aiutano a crearla. Da Hootsuite a Canva per iniziare a sporcarci le mani nella creazione della comunicazione. Quali sono i contenuti più creativi e come produrli di nuovi; I banner e le immagini statiche. Come creare un archivio fotografico; Cosa sono e come si utilizzano le Gif animate, dove trovarle; Video, carosello, slide show come crearli ed utilizzarli; Cos'è Canvas; come verificare le immagini prima di pubblicarle; Quali sono i contenuti inibiti; I gestionali da utilizzare; Monitoraggio e analisi; Newsletter.

MARKETING E COMUNICAZIONE D'IMPRESA

Case history, dalla Coca Cola alla PMI, per ogni azienda la comunicazione e i canali che cambiano. Marketing strategico e operativo; Marketing Research; Come costruire l'immagine aziendale e favorirne il consenso presso i diversi interlocutori; Strategie di comunicazione differenti; come le aziende strutturate si comportano sui social media. Quali strategie applicano, quali strumenti utilizzano e quali risultati ottengono. Come si costruisce una corretta strategia di marketing, quali sono i punti chiave?

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

Alla scoperta degli strumenti per la Search Engine Optimization. Come identificare le parole chiave e scalare i motori di ricerca. Cos'è e a cosa serve; Qual è la figura professionale che se ne occupa; Le reti di ricerca; I falsi miti ed errori comuni come evitarli; Come rientrano i social per ottimizzare le campagne SEO; Definire correttamente gli obiettivi dell'attività SEO; Analisi dell'attività e pianificazione efficace.

SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)

Non esistono solo Facebook e Google Adv per il Search Engine Marketing. Un viaggio alla scoperta dei network pubblicitari. Qual è quello più adatto a noi? Ma sarà sempre lo stesso o cambia negli anni? Come posso fare per rimanere sempre aggiornato? Cos'è e a cosa serve; quali sono le differenze con la SEO; Qual è la figura professionale che se ne occupa; Quali sono gli obiettivi e per cosa viene utilizzata; Cos'è il SEM ADWORDS; Google Trends.

SCelta DEI SOCIAL MEDIA E INTEGRAZIONE IN UNA STRATEGIA DI MARKETING

La comunicazione sui social media quanto è utile per una azienda? È fondamentale o uno spreco di risorse? Analisi dei canali esistenti e quelli in espansione, su quale puntare? Scegliere il giusto social media in base alle esigenze aziendali e strategiche. Le potenzialità dei social media più famosi e l'importanza di individuare lo strumento corretto in base agli obiettivi.

FACEBOOK

Dalla realizzazione della pagina agli strumenti per farla crescere. Pubblicità a pagamento vs crescita organica, due mondi paralleli. Come è nato Facebook (breve introduzione); A cosa serve; Quali sono i punti di forza e le campagne più riuscite; Perché scegliere questo tipo di social; Come creare un profilo efficace; Come convertire un profilo in una pagina, quando è perché farlo; Il valore delle immagini; I primi passi come muoversi all'interno del social; Call to action; Le impostazioni e i Tab; Tag dei prodotti; Come scrivere un post e quando pubblicarlo; Come funziona il servizio delle aste; Analisi casi di successo e di insuccesso.

TWITTER

Quando usarlo e come? Le potenzialità inespresse di uno strumento che tutti danno per superato ma che continua ad essere un punto di riferimento per gli eventi e i giornalisti. Come contattarli e amplificare la propria comunicazione. Introduzione a Twitter; Come viene utilizzato in Italia; Analisi e gestione di tutte le fasi di creazione e gestione di un account sia personale sia aziendale; Come usare gli hashtag in modo efficace; Come entrare nei trending topics; Come creare relazioni con gli influencer; Attuare un piano strategico di comunicazione; Cosa fare e cosa no.

INSTAGRAM

I segreti per una crescita rapida di uno dei più interessanti canali di comunicazione dell'ultimo anno. Scopriremo come pianificare una strategia di comunicazione e quali sono gli strumenti per diventare punto di riferimento per gli appassionati. A cosa serve; Le TimeLine; Il Layout; I video su Instagram; Come e cosa fare per utilizzare al meglio questo social; Come fare le foto e pubblicarle; Analisi di casi studio.